



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## Daftar Pustaka

- Ambrose, G., & Harris, P. (2015). *Basics Design: Design Thinking for Visual Communication*. London: Bloomsbury Publishing.
- Drewniany, B. L., & Jewler, A. J. (2013). *Creative Strategy in Advertising* (Eleventh Edi). Belmont: Cengage Learning.
- Hendriana, E. (2015). *Rencana Pembangunan Periklanan Nasional*. Jakarta: PT Republik Solusi.
- Lee, M., & Johnson, C. (2013). *Principles of Advertising: Global Perspective* (Second Edi). New York: Routledge.
- Mackay R, Adrian. (2011). *The Practice of Advertising*. New York: Routledge.
- Mahon, N. (2010). *Basic Advertising 02: Art Direction*. Switzerland: AVA Publishing SA.
- Venus, D. A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Winarno, Bondan. (2008). *Rumah Iklan; Upaya Menjadikan Periklanan Indonesia Tuan Rumah Di Negeri Sendiri*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Wheeler, A. (2012). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (Fourth Edi). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Zettl, H. (2012). *Television Production Handbook*. Boston: Cengage Learning.